

POUR PUBLICATION IMMÉDIATE

L'Institut canadien de plomberie et de chauffage dévoile sa nouvelle image de marque

Toronto (Ontario), le 28 janvier 2026 – L'Institut canadien de plomberie et de chauffage (ICPC), la voix indispensable de la communauté canadienne de la plomberie et du chauffage, a dévoilé aujourd'hui sa nouvelle image de marque. Cette évolution reflète l'engagement de l'organisme à travailler en collaboration pour renforcer la profession et améliorer la vie des Canadiens.

« De concert avec nos membres, nous générons de meilleurs résultats pour notre industrie et pour les clients qui en dépendent, a déclaré Brent Cornelissen, président du conseil d'administration de l'ICPC. La refonte de notre image de marque est le reflet de ce que nous sommes et de ce que nous représentons : une communauté connectée, de nature prospective et déterminée à bâtir un avenir plus fort pour notre profession et pour les gens qui dépendent de nous au quotidien. »

Depuis près d'un siècle, l'ICPC réunit des chefs de file de l'industrie de partout au pays pour établir des normes, transmettre des connaissances et faire progresser les systèmes mécaniques et de plomberie essentiels dans nos maisons et nos entreprises. La stratégie de marque actualisée consolide cet héritage en positionnant l'ICPC comme la voix de la communauté de la plomberie et du chauffage, un organisme axé sur le progrès, la collaboration et les répercussions à long terme pour la profession et le public qu'elle sert.

« Cette refonte de l'image de marque porte sur la façon dont nous nous présentons ou interagissons avec nos membres et notre industrie, a indiqué Satinder Chera, directeur général de l'ICPC. Ancrée dans le plan stratégique de l'ICPC, l'image de marque vise à unir la communauté de la plomberie et du chauffage, guidée par les quatre piliers suivants : *connecter* les membres, *défendre* leurs intérêts, *informer* l'industrie et *fournir* un soutien de premier ordre. »

Déployée dans les neuf régions de l'ICPC, au sein de ses comités et conseils, dans le cadre de ses événements pour les membres et sur ses plateformes de communication, la stratégie de marque actualisée atteste de l'évolution continue de l'organisme en tant que catalyseur visionnaire qui renforce les relations, cultive la

prochaine génération de professionnels et veille à ce que l'industrie soit en mesure de relever les nouveaux défis et de saisir les nouvelles occasions avec confiance.

« Nos membres ont toujours été notre force, a affirmé M. Chera. Cette image de marque témoigne de notre engagement commun à soutenir notre communauté en l'aidant à relever les défis, à rehausser les normes et à faire croître ses entreprises. »

La mise à jour de l'identité visuelle s'appuie également sur cette base. La feuille d'érable demeure un symbole central de notre marque. Le nouveau logo comporte une flamme rouge qui représente le chauffage et une gouttelette bleue, leur utilisation simultanée rendant ainsi hommage à la nature interconnectée des volets plomberie et chauffage de l'organisme.

À propos de l'Institut canadien de plomberie et de chauffage

L'Institut canadien de plomberie et de chauffage (ICPC) est la voix indispensable de la communauté canadienne de la plomberie et du chauffage. Nous rassemblons des fabricants, des agents de fabricants, des distributeurs principaux, des grossistes distributeurs, des services aux associés et d'autres entités qui témoignent d'un engagement commun à l'égard du progrès et de la collaboration. Grâce à la défense des droits, à l'information et aux relations, l'ICPC aide ses membres à bâtir des entreprises plus fortes, à élaborer de meilleures politiques et à préparer la prochaine génération de professionnels. Au cœur de notre travail se trouve une simple conviction : lorsque nous travaillons ensemble, nous renforçons notre profession et améliorons la vie des gens qui en dépendent chaque jour.

-30-

PERSONNE-RESSOURCE POUR LES MÉDIAS

Kerissa MacDonald

Gestionnaire, Communications

k.macdonald@ciph.com